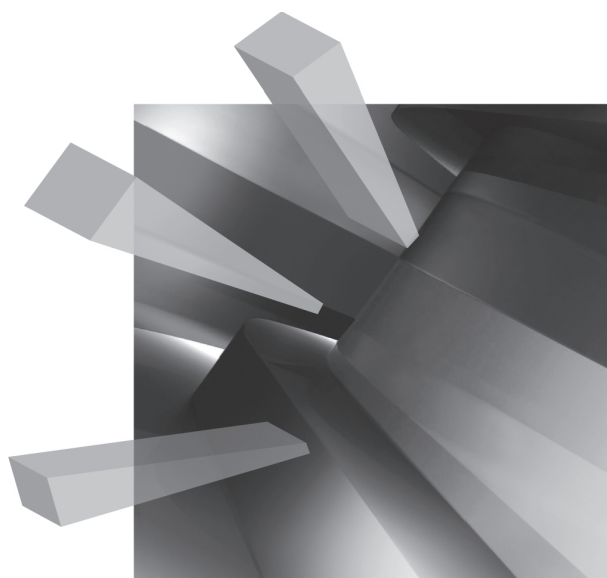


NAUKI O ZARZĄDZANIU MANAGEMENT SCIENCES

4 (29) • 2016



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2016

Redakcja wydawnicza: Aleksandra Śliwka

Redakcja techniczna: Barbara Łopusiewicz

Korekta: Barbara Cibis

Łamanie: Beata Mazur

Projekt okładki: Beata Dębska

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania
znajdują się na stronach internetowych

www.noz.ue.wroc.pl

www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Publikacja udostępniona na licencji Creative Commons

Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne-Bez utworów zależnych 3.0 Polska

(CC BY-NC-ND 3.0 PL)



© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2016

ISSN 2080-6000

e-ISSN 2449-9803

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Zamówienia na opublikowane prace należy składać na adres:

Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

ul. Komandorska 118/120

53-345 Wrocław

tel./fax 71 36 80 602; e-mail: econbook@ue.wroc.pl

www.ksiegarnia.ue.wroc.pl

Druk i oprawa: TOTEM

Spis treści

Wstęp	7
Mounia Benabdallah, Krzysztof Ćwik, Macher Kachour, Grzegorz Krzos, Dorota Leszczynska, Krystian Olek, Estera Piwoni-Krzeszowska: Business models of foreign subsidiary units of international companies – theoretical considerations / Modele biznesu zagranicznych jednostek międzynarodowych przedsiębiorstw – rozważania teoretyczne.....	9
Wiesław Danielak: Zdolności relacyjne w kształtowaniu dynamicznych zdolności przedsiębiorstwa / Relational abilities in shaping the dynamic abilities of the company.....	28
Dariusz Dąbrowski: Badania marketingowe a wyniki nowych produktów – efekt mediacyjny jakości informacji rynkowych / Marketing research vs. new products performance – mediation effect of market information quality.....	38
Grażyna Golik-Górecka: Prezentacja i modelowanie analityki marketingowej w aplikacji kokpitu menedżerskiego / Presentation and modelling of marketing analysis in the application of managerial dashboards.....	50
Dawid Jasiński: Wartość biznesowa w projektach badawczo-rozwojowych / Business value in R&D projects.....	58
Andrzej Kozina: Zasady rozstrzygania sporów zbiorowych w przedsiębiorstwie / The principles of labor disputes settlement in an enterprise.....	77
Krystyna Moszkowicz, Bogusław Bembenek: Otwarte innowacje jako strategiczne wyzwanie w zarządzaniu klastrami kreatywnymi / Open innovations as a strategic challenge in the management of creative clusters.....	99
Agata Paluch: Metody analizy strategicznej jako narzędzie do tworzenia strategii dla przedsiębiorstwa z sektora produkcji urządzeń chłodniczych / Methods of strategic analysis as a tool for creating a strategy for an enterprise from the refrigeration appliances industry.....	117
Witold Szumowski: Zarządzanie procesami w administracji samorządowej zgodne z koncepcją dobrego rządzenia / Process management in local government administration coherent with good governance concept.....	133
Dagmara Wójcik: Identyfikacja potrzeb szkoleniowych potencjalnych przedsiębiorców branży ICT / Training needs analysis of future ICT entrepreneurs.....	146

Wstęp

Kolejny numer czasopisma „Nauki o Zarządzaniu” zawiera 10 artykułów odnoszących się do różnych zagadnień związanych z profilem czasopisma, a szczególnie do: teorii organizacji, zarządzania strategicznego, zarządzania procesowego, zarządzania zasobami ludzkimi oraz zarządzania marketingowego. Układ treści niniejszego numeru odpowiada ujęciu alfabetycznemu nazwisk autorów artykułów, reprezentujących różne ośrodki akademickie i prowadzących badania w obrębie dyscypliny nauki o zarządzaniu.

Zawartość merytoryczna artykułów prezentowanych w niniejszym numerze nawiązuje do najnowszych wyzwań i problemów współczesnych organizacji, działających na rynku krajowym i zagranicznym, poszukujących skutecznych modeli i narzędzi zarządzania oraz dobrych praktyk działania.

W zbiorze tym omawiane są przede wszystkim takie zagadnienia, jak: modele biznesu zagranicznych jednostek międzynarodowych przedsiębiorstw (artykuł współautorski M. Benabdallah, K. Ćwika, M. Kachoura, G. Krzosa, D. Leszczyńskiej, K. Oleka oraz E. Piwoni-Krzeszowskiej), wykorzystanie zdolności relacyjnych do rozwoju zdolności dynamicznych przedsiębiorstwa (opracowanie W. Danielaka), jakość informacji jako mediatora pomiędzy wykorzystaniem badań marketingowych a wynikami nowych produktów (tekst D. Dąbrowskiego), rola i funkcjonalność kokpitów menedżerskich w procesie podejmowania decyzji w przedsiębiorstwie (analiza G. Golik-Góreckiej), orientacja na tworzenie wartości biznesowej w zarządzaniu projektami badawczo-rozwojowymi (artykuł D. Jasińskiego), zasady realizacji procesu rozstrzygania sporów zbiorowych w przedsiębiorstwie (opracowanie A. Kozińny), wartość otwartych innowacji w zarządzaniu rozwojem klastrów kreatywnych (kwestię tę omówili K. Moszkowicz i B. Bembenek), narzędzia analizy potencjału strategicznego przedsiębiorstwa (omówione przez A. Paluch), orientacja procesowa w urzędach administracji samorządowej w świetle koncepcji *good governance* (tekst W. Szumowskiego) oraz identyfikacja potrzeb szkoleniowych przyszłych młodych przedsiębiorców (artykuł D. Wójcik).

Redakcja czasopisma wyraża nadzieję, że zaprezentowana problematyka stanie się inspiracją do dalszych badań oraz dyskusji naukowych w kolejnych numerach. Należy też odnotować, że począwszy od roku 2017 publikacja czasopisma będzie kontynuowana pod nazwą „Management Science Review”.

Mirosława Pluta-Olearnik